



# Proximity

Un partenariat “**Commune-Citoyens-Entreprises**”  
pour renforcer à l'échelle locale  
la transition écologique et solidaire

Une initiative de



Réseau transition.be  
ACTEURS DU CHANGEMENT POSITIF

# Déroulement de la **réunion**

1. **La campagne de mobilisation**, les rôles de chacun et le planning
2. Crowdfunding / crowdsourcing
3. **Co-construire à partir de vos envies**

# Proximity, les étapes



**#1**

Identification des acteurs clés sur le territoire  
+ Rencontres avec commune, associations et entreprises



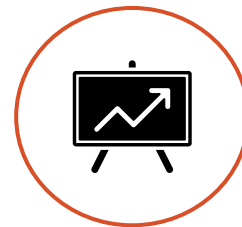
**#2**

Événement de lancement de "Proximity"  
+ Appel à projets  
+ Jury & sélection



**#3**

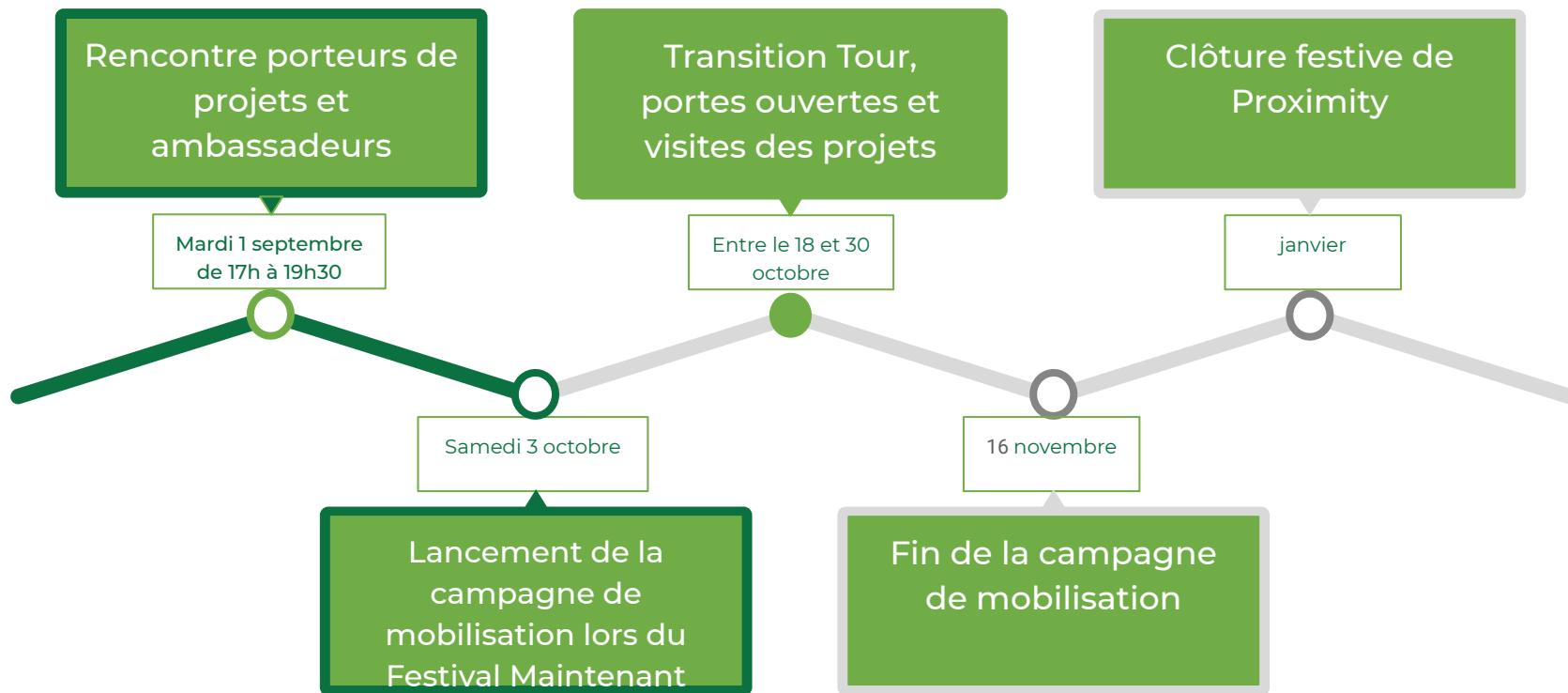
**Campagne de mobilisation**  
**+ Annonce lauréats en présence de la presse**



**#4**

Événement de clôture  
+ suivi administratif des projets

# Campagne de mobilisation, le planning



# Campagne de mobilisation, le rôle de :

## Be Planet et le Réseau Transition

- **Mise à disposition** de plusieurs **outils** de mobilisation:
  - La **plateforme** web de crowdfunding/crowdsourcing
  - **Kit** “Comment présenter au mieux son projet sur la plateforme web?”
  - **Kit** “Comment réaliser une campagne de crowdfunding/crowdsourcing réussie?”
  - Un **forum** pour stimuler les échanges entre les acteurs de transition
- **Communication générale** via **mailings et réseaux sociaux** de Proximity, et **presse**
- **Organisation** du lancement le **3 octobre** : événement public + invitation presse
- **Recherche** de **partenaires** (entreprises, commerces, ...) et organisation du midi entreprises (à confirmer)

# Campagne de mobilisation, le rôle de chacun

## Les porteurs de projets

- **Présenter leur projet et leurs besoins** sur la page personnalisée sur la plateforme web Proximity
- **Communiquer** sur leur projet en renvoyant vers leur page personnalisée
- **Mettre en place et réaliser** une campagne de **crowdfunding/crowdsourcing** pour leur projet

Crowdfunding = financement participatif, dons, prêts...  
Crowdsourcing = appel à d'autres acteurs pour réaliser certaines tâches

# Campagne de mobilisation, le rôle de chacun

## Les porteurs de projets

**Participer/co-organiser** les événements

- **Lancement de la campagne** de mobilisation lors du Festival Maintenant  
- le samedi 3 octobre
- **Le Transition Tour**, portes ouvertes/visite de vos projets  
- entre le 18 et 30 octobre
- **Midi dans une entreprise**, rencontre avec le personnel de l'une ou l'autre entreprise (à confirmer)

# Campagne de mobilisation, le rôle de chacun

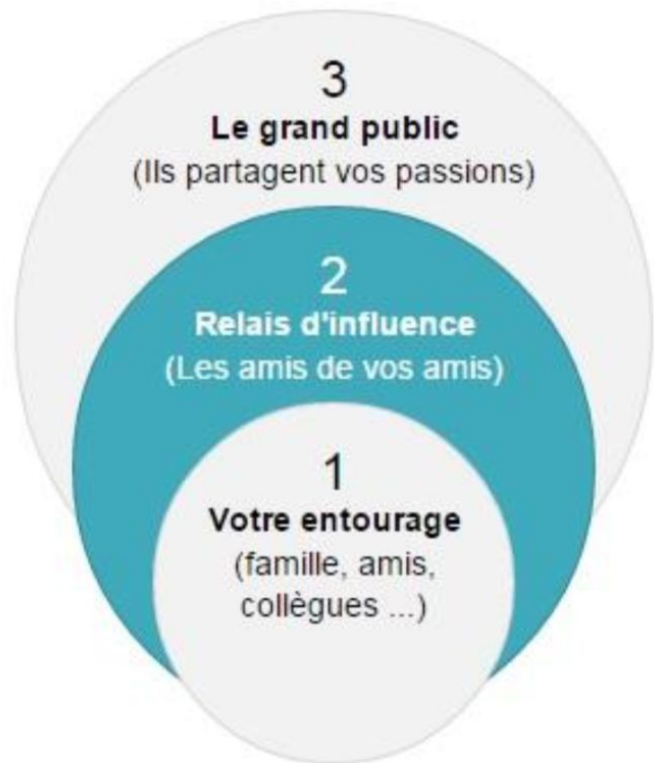
## Les ambassadeurs

**Maintenir la dynamique** pendant toute la campagne de mobilisation Proximity

- **Relayer** les informations concernant la campagne de mobilisation via vos canaux de communication: newsletter, réseaux sociaux, site Internet, valves, contacts...
- **Participer aux événements**: lancement de la campagne pendant Festival Maintenant (03/10) et Transition Tour
- **Assurer un soutien** aux porteurs de projets: mettre en lien les projets avec des souteneurs potentiels (bénévolat, expertise, échange de savoirs/services, don ou prêt de matériel,...)



# Financement participatif et crowdsourcing



Source : KKBB

## Les donateurs

Vos donateurs sont répartis en 3 groupes :

- **Votre entourage** : 10-50%
- **Relais d'influence** : petits montants
- **Grand public** : entreprises, sponsors,... pas avant 30% de la récolte.

! Prévoyez une communication spécifique pour chaque type de donateur/contributeurs!

# Crowdfunding : Montant

## Montant :

- liste détaillée de tous les frais que va engendrer votre projet
- Si trop élevé, regardez où vous pouvez couper dans le budget.
- Votre cercle proche peut financer les **10 à 30 premiers pourcents** ?

# Crowdsourcing : Besoins et durée de la récolte

## Besoins :

- liste détaillée de tous ce dont vous avez besoin pour votre projet
- Mécénat de compétences : soyez précis dans les compétences recherchées

## Durée :

**45 jours !**

# Plan de communication

**Avant le lancement** : prévenez votre réseau que vous allez bientôt lancer une campagne (Facebook, instagram, twitter, e-mail,..)

**Après le lancement** :

## 4 grandes étapes

1. Départ lancé
2. Faux plat
3. Sprint final
4. +100%

# Plan de communication

1. **Départ lancé** : relancez les relations personnelles : réseaux sociaux + mails, appels, sms,...
2. **Faux plat : période creuse** : relations directes et indirectes
  - **Contacts directs** : membres d'associations, clients, amis, contacts FB/Twitter, votre public,...
  - **Contacts indirectes** : listes de mails ou newsletter d'associations "amies", des groupes sur FB qui partagent vos intérêts, la presse, les médias spécialisés (blogs) via vos ambassadeurs

# Plan de communication

**3. *Rush final*** : contactez les potentiels gros donateurs/contributeurs : sponsors, entreprises, philanthropie,... + communiquez à **TOUS vos contacts** une dernière fois : “dernière chance!”

**4. *100% : collecte réussie*** : remerciez TOUS vos donateurs + communiquez sur l’avancement du projet!

## Concrètement, augmenter ses chances de réussite c'est:

- **Un bon projet** : pertinence, faisabilité, maturité
- Objectif de **récolte atteignable** en fonction de son réseau
- **Personnification** : projet incarné dans une ou plusieurs personnes
- Pouvoir identifier **10 personnes** qui vont donner avant de lancer son projet
- Créer et développer son **réseau**
- **Porter son projet**, notoriété ne suffit pas



## Concrètement, augmenter ses chances de réussite c'est:

- Se **préparer**, s'informer
- Prévoir du **temps** pour la récolte
- **Communiquer** : contenu et visuel
- **Séquencer** la communication
- Être actif sur les **réseaux sociaux**
- Être actif **hors web**
- **Collaboration** entre projets, s'entraider
- Faire vivre son projet **durant toute la récolte** : actualités, Facebook,...
- Chercher les conseils

# Des questions? **Contactez-nous!**

[info@proximitybelgium.be](mailto:info@proximitybelgium.be)

Laurence de Callataÿ - Be Planet

François-Olivier Devaux - Réseau Transition